

УДК 339.13

Годович Олександра

Godovich Alexandra

Науковий керівник: к.е.н., доцент С. Б. Семенюк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ТРЕНДИ ВІДЕОМАРКЕТИНГУ TRENDS OF VIDEO MARKETING

Час – одна з найбільш переконливих конкурентних переваг сучасного світу. Боротьба за раціональне використання часу пояснює зацікавлення амбіційного прошарку суспільства в успішних досвідах Заходу і Сходу, які пропонують свої парадигми прогресивного росту. І поки цілеспрямовані учасники змагань інвестують у свій розвиток численні ідеї вже затверджених гуру, маркетологи, як посередники між благом продавця і споживача, намагаються сприяти та догоджати інтересам клієнта при цьому удосконалюючи канали обов'язків своєї діяльності. Таким чином ми бачимо закономірну і доцільну появу на ринку маркетингових послуг відеомаркетингу. Відомаркетинг задовольняє усі вимоги, укладені сучасними тенденціями швидкого способу життя, що влучно заохочує споживача, який формує попит на лаконічний, конкретний, а головне змістовний контент. А з іншого боку відповідає на запит продавця, метою якого є отримання прихильності в якнайширшого кола якнайвпливовішим способом. Аргументом представленої думки є наступні тези:

1. Через 72 години людина пам'ятає близько 10% прочитаного тексту. У випадку з відео цей показник зростає до 68%.
2. У компаній, які використовують відеомаркетинг, на 27% вищий показник CTR і на 34% вищий рівень конверсії сайту.
3. Дивитись відео про продукт будуть в 4 рази більше споживачів, аніж читати про той самий продукт.

4. Відеомаркетинг забезпечує на 66% більше потенційних покупців в рік.

5. Використання слова «відео» в заголовку листа підвищує кількість відкривань на 19%, зменшує кількість відписок на 26% та збільшує кількість переходів на 65%.

6. 65% споживачів відвідують сайт компанії, коли переглянули відео про неї.

З наведених досліджень є наступні переваги відеомаркетингу:

- підвищення інтересу споживача,
- збільшення конверсії сайту,
- довіра і лояльність до виробника/компанії/,
- спрощення прийняття рішення про покупку,
- збільшення охоплення ринку в соціальних мережах,
- покращення розповсюдження (вірусне відео),

Проте для доповнення розуміння загальної суті відеомаркетингу необхідно вивчити і недоліки даного інструменту:

- дороговартісність,
- створення ідеї та її реалізація забирають багато часу,
- складність у пошуку компетентної команди.

Однак, варто відмітити, що позитивні риси відеомаркетингу впевнено перекреслюють важливі проте не визначні його негативні особливості. Даний вид маркетингу невпинно набирає популярності. І маркетологам залишається лише набувати все більш креативних вмінь, аби перевершувати конкурентів, тим самим дивуючи свого споживача, освоївши у його свідомості чільне місце. А для виконання цього завдання відеомаркетинг ділиться відповідно до цілі, з якою застосовуватиметься відеоряд. Він включає:

- демонстраційне відео (його завданням є відрекомендувати продукт споживачеві через короткі відео),

- бренд-відео (суть цього відео полягає в тому, аби розповісти про ідею, місію та цінності компанії),
- how to (це відео, в яких продавець пояснює особливості застосування свого товару),
- опис послуги (споживач має змогу наочно зрозуміти, що йому очікувати від продавця)
- відео запрошення (широко застосовується на YouTube як реклама перед основним відео, коли глядачеві випадає можливість приєднатись до якогось on-line заходу), огляди (детальний відео опис продукту),
- реклама 360* (незвичний спосіб продемонструвати споживачеві будь-яку стадію виробництва товару, чим вдало, наприклад скористалась Coca Cola у 2015 році, здивувавши своїх прихильників панорамним відео).

Таким чином, відеомаркетинг – революційний підхід до вирішення маркетингових задач. Instagram запевняє, що уже до 2021 р. онлайн-відео будуть займати 80% всього користувацького інтернет-трафіку. Пропонована інформація засвідчує, що відеомаркетинг є доведено перспективною нішею, аби приєднатись до її сьогоденних витоків, щоб у майбутньому тримати віжки потужної хвилі передових змін.

Список використаних джерел:

1. 6 трендов рекламы и видеомаркетинга в 2018 году / TRACKALAM: блог про рекламу & маркетинг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blog.tracklam.com/6-trendov-reklamy-y-vydeomarketynga-v-2018/?lang=ru>
2. Семенюк С.Б. Відеомаркетинг в діяльності закладів вищої освіти / С.Б. Семенюк // Маркетинг і цифрові технології, 2019. – Том 3, №1. – С.68-78